

MOT の視点から見た国内ワクチン産業の展望

—自助の精神と新時代への挑戦—

商学研究科ビジネス専攻 MOT コース・35102522-3 Takanori Yamada 山田 敬則 主査 松田 修一教授
Keywords : ワクチン, MOT, 公共政策, メディアリテラシー, 製薬企業, アジア経済圏, 日本経済, 自助

【研究の動機】

筆者はサノフィ社(仏系製薬会社)に勤める社員として約10年間海外ブロックバスター製品の国内浸透に従事してきた。しかし、長男(2009年)の誕生を機にワクチンの重要性を知った。またそれは同時に日本のワクチン産業が海外のに比べ約20年以上遅れている事実と直面することの始まりでもあった。中でも自社は海外においてはワクチン市場のグローバルリーダー(世界シェア20%)であるのに対し国内ではわずかなシェアしかない。しかも長引く供給不足の影響もあり、自分の子供に自社のワクチンすら満足に接種出来ない実情に直面し、この研究を進める決意をした。

【研究の目的・方法論】

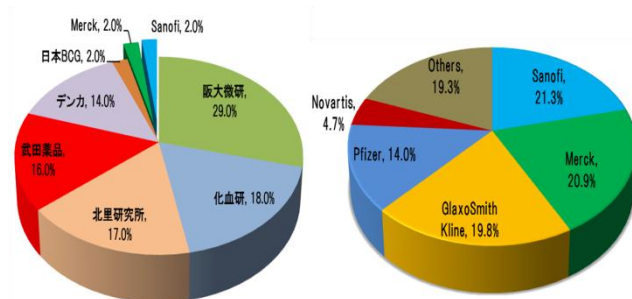
本研究ではMOT(Management of Technology:技術経営)の概念「技術を活用した高収益モデルの構築」を基本に①国内ワクチン産業の展望について論じること、②国内ワクチン産業が抱える課題について提言を行うことを目的とする。

その為の方法として、ワクチン産業の失われた20年(ワクチンギャップ)を検証し、ワクチン産業が抱える課題を抽出する。そしてそれら課題に対して解決策を提示し、日本が近い将来に直面する人・モノ(細菌・ウイルス)・カネの流動化時代に備える。

日本のワクチン産業はかつて開発力、実績などで世界有数のワクチン先進国と言われ、日本で開発されたワクチンが世界の標準的ワクチンとして今でも幅広く使用されている。しかし、80年代以降は副反応をめぐる訴訟問題が相次ぎ、政府を始め製薬企業などを含むワクチン産業自体が縮小傾向の道へと歩み始めた。今日ではワクチン産業の失われた20年やワクチン後進国といわれており、欧米の先進国と比べると承認されているワクチンの種類や接種率は、大きなギャップが生じている。

従来、ワクチンは国民を感染症から予防する国防の一環として政府主導で、製造供給されていた。その為、国内ワクチン市場はその90%以上を国内ワクチン企業が占め、生産されるほとんどのワクチンが国内でのみ使用されるため、内需依存度が極めて高い産業構造となっている(図表0-1)。

国内外ワクチン市場比較 0-1
国内ワクチン市場約600億円 海外ワクチン市場約1兆5千億円



国内企業約96%シェア

出典: IMS データ 2008、各社有価証券報告書より筆者作成

【本論文の概要】

本論文は時代の流れ(過去—現在—未来)を基軸として、各章の概要を以下に記す。

第1章では、予防医学について免疫学や細胞学の視点から検証し、まず免疫とは何か体系的に整理し、国内外におけるワクチン誕生・開発の歴史を調査する。

第2章では、ワクチンギャップの原因を社会情勢や経済情勢の観点からまとめ、ワクチン産業や日本経済が抱える共通の問題点を抽出することを目的とする。

第3章では、現在のワクチン産業の現状分析を行い、市場環境や法規制、ワクチン関連企業各社の財務情報を基に企業間の競争優位性を検証し、ワクチン企業が抱える課題を抽出する。

第4章では、ワクチン産業が抱える問題点、課題について5つの提言を行い、企業間アライアンスやワクチン産業活性化にむけたメディアの重要性について説明する。そしてワクチン産業活性化への新たなマーケティング手法を提案する。

第5章では、ワクチン産業の将来像を各章のまとめとして提示する。その為には、医学の歴史的変遷、成長するアジア経済圏、脱内需依存を3つのテーマとして21世紀における国内ワクチン産業の在り方について提案する。

【各章の構成】

序章	本研究の目的
第1章	予防医学とは
第2章	ワクチン産業と日本経済失われた20年の軌跡
第3章	国内外ワクチン企業の特徴とその比較
第4章	ワクチン産業活性化に向けた5つの提言
第5章	MOTの視点から見た国内ワクチン産業の展望
終章	まとめ

【結論】

MOT(Management of Technology:技術経営)の視点から見た日本のワクチン産業は、技術を活用した高収益モデルを構築しているとはいえない。それは日本が世界より先行していたワクチン技術を生かすことなく、本来ならばそのワクチン技術により予防可能な疾病が国内で未だに蔓延しており、産業としても諸外国より大きく出遅れてしまっているからである。

技術を開発するだけでは収益性は低く、情報も配信するだけでは意味がない。それはワクチンも同様に接種されなければ開発する意味がなく、開発する意図が伝わらなければ接種率向上につながらない。そしてそれは公衆衛生の発展へも寄与しないことになる。

ワクチン製剤を普及させるには開発・公共政策・メディア政策を包括的に行うことが欠かせない。その為には様々なステークホルダーに対し全方的にアプローチする仕組みづくりが必要で、その為には新しい情報技術によるスピード感ある対応が重要な位置づけを占める。

【主要参考文献】

- [1] 松田修一(2006). “会社の読み方”, 日本経済新聞社.
- [2] 松田修一(2011). “日本のイノベーションI”, 白桃書房.
- [3] 大谷昭著(2010). “ワクチンと予防接種の全て”, 金原出版
- [4] 田中政宏(2010). “予防接種: 公衆衛生事業としての意義とわが国の課題”, 医療経済研究, 第22巻 第1号 別冊 平成22年10月, 医療経済学会 医療経済研究機構
- [5] 早稲田大学ビジネススクール著, 寺本義也, 松田修一監修(2005). “MOT入門”, 日本能率協会マネジメントセンター.
- [6] 山本尚利著, 寺本義也監修(2004). “MOT アドバンスト 技術戦略”, 日本能率協会マネジメントセンター.
- [7] 山本尚利(2010), “グローバル MOT(技術経営)に求められる戦略家”, 早稲田大学 WBS 研究センター 早稲田国際経営研究, No.41 P33-46